https://www.pagina12.com.ar/717288-entre-el-click-y-la-sintonia-fina

Un estudio sobre la escucha de radio en el país

Entre el click y la sintonía fina

Casi la mitad de los oyentes buscan "informarse". Cuatro de diez argentinos elige la radio digital. También crece la escucha de podcast, aunque todavía no es masiva.

Por Emanuel Respighi
3 de marzo de 2024

La radio sigue siendo uno de los medios más elegidos por los y las argentinas. El 90 por ciento de quienes viven en el país escuchan radio todas las semanas, de los cuales **el 47% lo hace para "informarse"** sobre lo que pasa en Argentina y en el mundo. La radio on line es un fenómeno que no para de crecer: pese a la situación económica y los problemas de conectividad, **casi 4 de cada 10 argentinos escucha radio digital**, en una práctica cada vez más extendida. Aunque aún ocupa un lugar menor dentro de las costumbres argentinas, la escucha de podcast crece sostenidamente en el país y ya el 17% de la población lo tiene como opción. Estos son algunos de los datos que se desprenden del nuevo **estudio Inside Radio 2024, realizado por Kantar Ibope Media** entre enero y diciembre de 2023 en Buenos Aires, Mendoza, Córdoba y Tucumán.

Las opciones de entretenimiento y de acceso a la información se multiplicaron de un tiempo a esta parte. El ecosistema digital sumó opciones de todo tipo y **la radio parece haberse adaptado a la nuevas costumbres**, diversificando sus canales de distribución pero sin perder su esencia. En la Argentina, el éter sigue siendo una opción siempre a mano que asume nuevas maneras de acceso y también de consumos. Pese al avance de otros dispositivos, el viejo y querido aparato de radio sigue siendo el más utilizado, seguida por la radio del auto, los teléfonos móviles y la PC/notebook. En ese aspecto, escuchar/ver la radio a través de un canal de TV o vía You Tube o Twitch -una tendencia extendida entre las emisoras- aún es un ejercicio periférico: ninguna opción supera el 9% del total.

¿Por qué motivos escuchamos radio los argentinos? La pregunta es una de las tantas a las que el informe brinda respuestas. El principal motivo por el que los argentinos sintonizan o clickean una emisora de radio es para "informarse": el 47% dijo buscar información cada vez que escucha radio. En segundo lugar recién se ubica la opción "entretenerse" como fin buscado al momento de seleccionar una emisora, con un 32%, seguido muy de cerca por "compañía" (31%) y un poco menos de oyentes ponen la radio para "distraerse" (22%). Entre las preferencias de la escucha, el estudio arrojó que el 40% privilegia las "noticias locales y nacionales", el 22% el "pronóstico del tiempo", el 20% "radio hablada y entrevistas" y un 18% "noticias internacionales". **La interacción entre la radio y las redes sociales se consolida: el 28% de los oyentes utiliza aplicaciones o servicios de mensajería para interactuar/opinar sobre los programas.**

La radio on line ya es mucho más que una tendencia para transformarse en realidad. Cada vez más emisoras incorporan a su oferta la posibilidad de una escucha on line, tanto en vivo como on demand, ampliando audiencias y diversificando su consumo. El 38% de los consultados afirmaron que escucharon radio on line durante el último mes, mientras el 48% considera que conectarse al medio de manera digital cambió su forma de escucha. Según el informe, la radio online ya no es un fenómeno de las nuevas generaciones: **el segmento mayor de 55 años, con el 28%, es el que más escucha radio online, mientras que entre los 25 y los 54 años lo hace el 17%**. Los jovenes de entre los 18 y los 24 años son lo que menos escuchan radio online: solo el 9% dice hacerlo habitualmente.

Entre las nuevas formas de escucha, el podcast aparece como una opción que crece y se consolida: el 17% de los argentinos afirma escuchar este formato de audio habitualmente (1 de cada 5 consultados lo hace entre 1 y 2 veces por semana). Entre las temáticas más elegidas por quienes escuchan podcast, el 30% selecciona contenido relacionado a la música, el 24% a estilo de vida y salud; el 22% a ficción/historia, el 21% a sociedad y cultura, el 20% a educación, el 19% a comedia, el 17% a programas de radio, el 16% a programas/series de TV, el 14% a noticias y política, y un 14% a tecnología. La sinergia con la radio lineal es innegable: **el 60% de los oyentes de podcast también escuchan el medio tradicional.** El podcast es un formato que por ahora tiene más anclaje en los jóvenes: el segmento etario que va de 25 a 34 años es el que más los escucha (22%), seguido por la franja entre 18 y 24 años y entre 12 y 17 años (ambos segmentos con el 19%).

A la hora de escuchar música, **el pop es el género preferido para el 40% de los consultados, por encima del rock en español (36%), rock en inglés (33%) y el folclore (12%).** El 43 por ciento de los argentinos escucha música por streaming y casi la mitad de ellos lo hace todos los días. Los principales servicios utilizados son Spotify (69%) y YouTube música (40%). El perfil de los oyentes de streaming de música en argentina ubica mayoritariamente a jóvenes de entre 25 y 34 años (24%), entre 18 y 24 años (19%), entre 35 y 44 años(16%), más de 55 años (15%), entre 12 y 17 años (14%), mientras que la franja que va de los 45 y 54 años es la que menos ejercita este tipo de escucha (12%).

El estudio realizado durante todo el año pasado en Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Tucumán también deja un dato que demuestra que, a 102 años de su nacimiento, la radio sigue siendo un medio de gran alcance: el tiempo medio de escucha por día supera en todos los casos las 5 horas. **Córdoba es la provincia con mayor promedio de tiempo diario de escucha de radio, con una media de 6 horas y 16 minutos**, superando a Buenos Aires (5 horas y 14 minutos), Mendoza (5 horas y 11 minutos) y Tucumán (5 horas y 2 minutos).